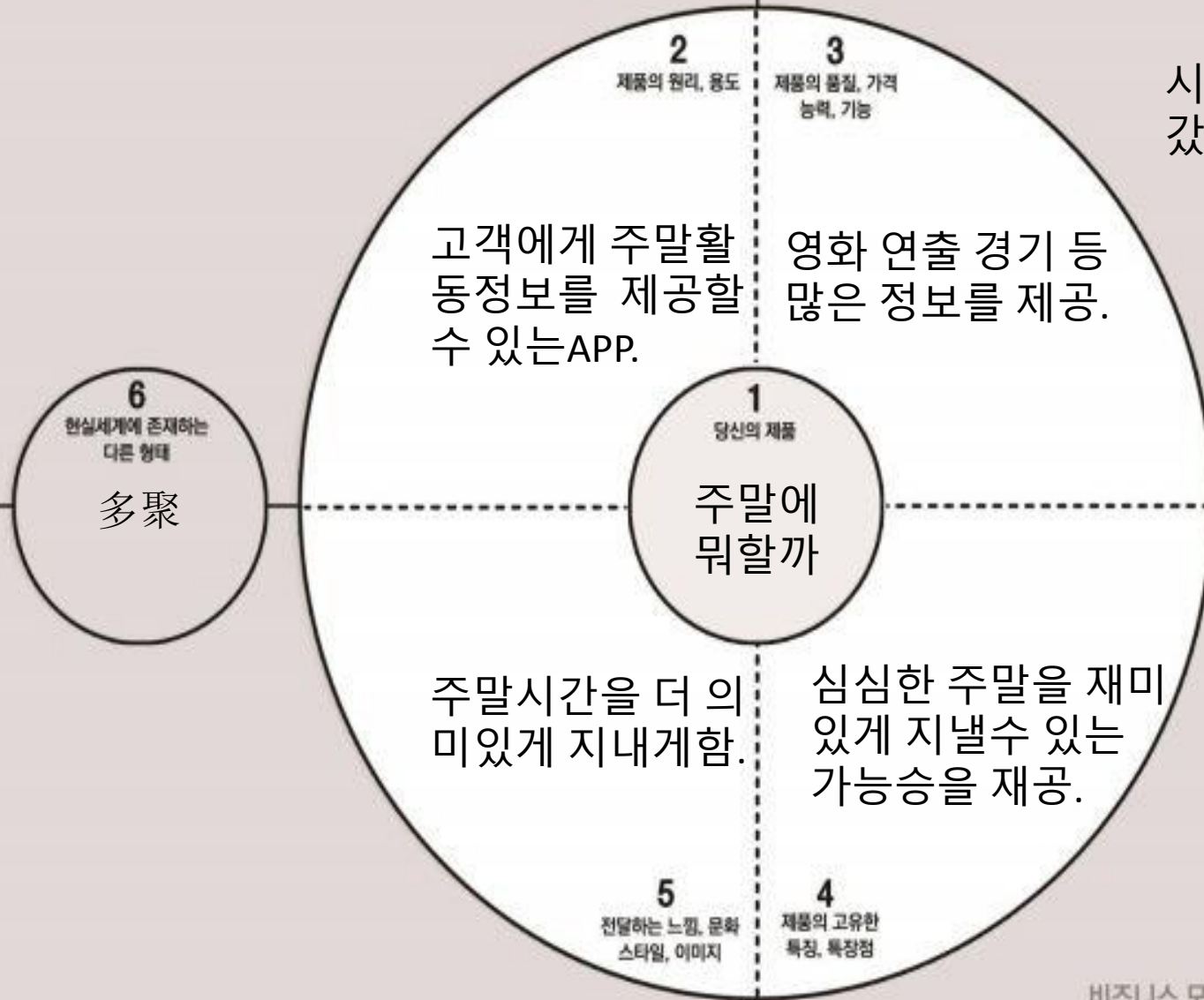


WWB

강유  
신광남

시간이 의미있게 지내  
갔습니다.



# 1. 초기 거점 시장 선정

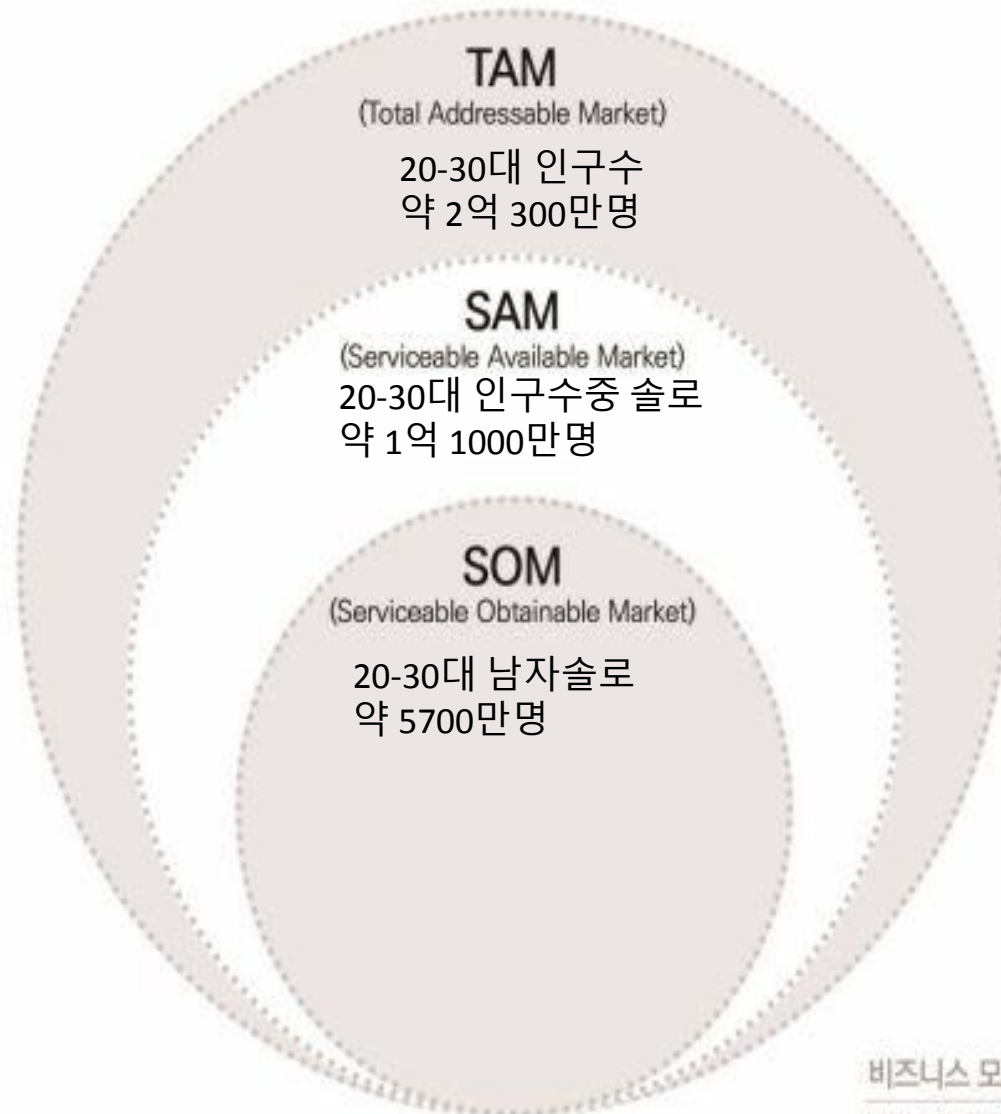


제품, 서비스 컨셉 (MISSION 1 참조)

주말에 주변활동정보를 제공

타겟 소비자의 분류/특성 A 20대-30대				OTHERS
타겟 소비자의 분류/특성 B 솔로			OTHERS	
타겟 소비자의 분류/특성 C 주말에 할일이 없고 주변에 활동에 대해 료해없는분		OTHERS		
타겟 소비자의 분류/특성 D 주말을 심심하게 지내기 시른분	OTHERS			

## 2. 초기 거점 시장 선정을 위한 시장추정 : TAM-SAM-SOM



## PERSONA

: 가면이라는 뜻의 심리학 용어  
(고객을 대표하는 특정인물)



“ 주말에 자주 뭐 하면 좋은것이  
고민.주변에 무슨 활동이 있는것을  
빨리정보를 알고싶음.”

### Goals

- + 주말이 재밌게 지내고 싶음.
- + 주변의 활동의 정보를 빨리 알고싶음
- + \_\_\_\_\_
- + \_\_\_\_\_
- + \_\_\_\_\_

이름 김철수

Primary Persona  
(Earlyvangelist)

### 근무처

나이 : 20

직업 : 대학생

위치 : 과학기술대학

연봉 :

결혼유무 : 미혼

### About

20세의 김철수씨는 현재 과학기술대학  
에서 학교를 다니고 있습니다.아직 여자  
친구가 없고 주말에는 특별한 계획이 없  
으면 침실에서 휴대폰을 놉니다.

### 걱정들 (Problem/Fear)

- + 주말이 할일이 없다.
- + 주변에 무슨 활동이 있는것이 모름
- + \_\_\_\_\_
- + \_\_\_\_\_
- + \_\_\_\_\_

## DEMOGRAPHIC FACTORS 인구통계학적인 변인

하기 변인 중 중요한 것을 3가지 이내로 선택하세요.

AGE 나이  20대	GENDER 성별  남	SEXUALITY 성적 취향	FAMILY SIZE 가족구성원 수  3명
NATIONALITY / RACE 국적/인종	LANGUAGE 사용 언어	EDUCATION 교육  대학	OCCUPATION 직업
INCOME 소득	SOCIOECONOMIC STATUS 사회적 지위	RELIGION 종교  없음	REGION 지역

인구통계학적 변인으로 설명되는 TARGET CUSTOMER를 한 문장으로 정의하기

주말에 항상 할일이 없는 절머니

초기 핵심  
타겟 고객 정의

주말에 할일이 없는 절면사람

## PSYCHOGRAPHIC FACTORS 심리묘사적인 변인

하기 변인 중 중요한 것을 2가지 이내로 선택하세요.

ATTITUDE 태도 : 어떤 사건, 이슈에 대한 고객/이용자의 신념/의견

주말을 재미있게 지낼있는것을 관심

Ex) 정치적 이슈에 민감하고 자기 주장이 강함

PERSONALITY 성향/취향 : 고객/이용자가 갖고 있는 행동패턴/성향

주말에 무슨 활동을 할수있는것을 관심

Ex) 새로운 것을 시도하기 좋아함, 지루한 일을 싫어함, 유행에 민감함

LIFE STYLE 라이프 스타일 : Personality에 따른 고객/이용자의 삶의 방식

Ex) Geek, Well-being, 로하스

HOBBIES/INTERESTS 취미/관심사

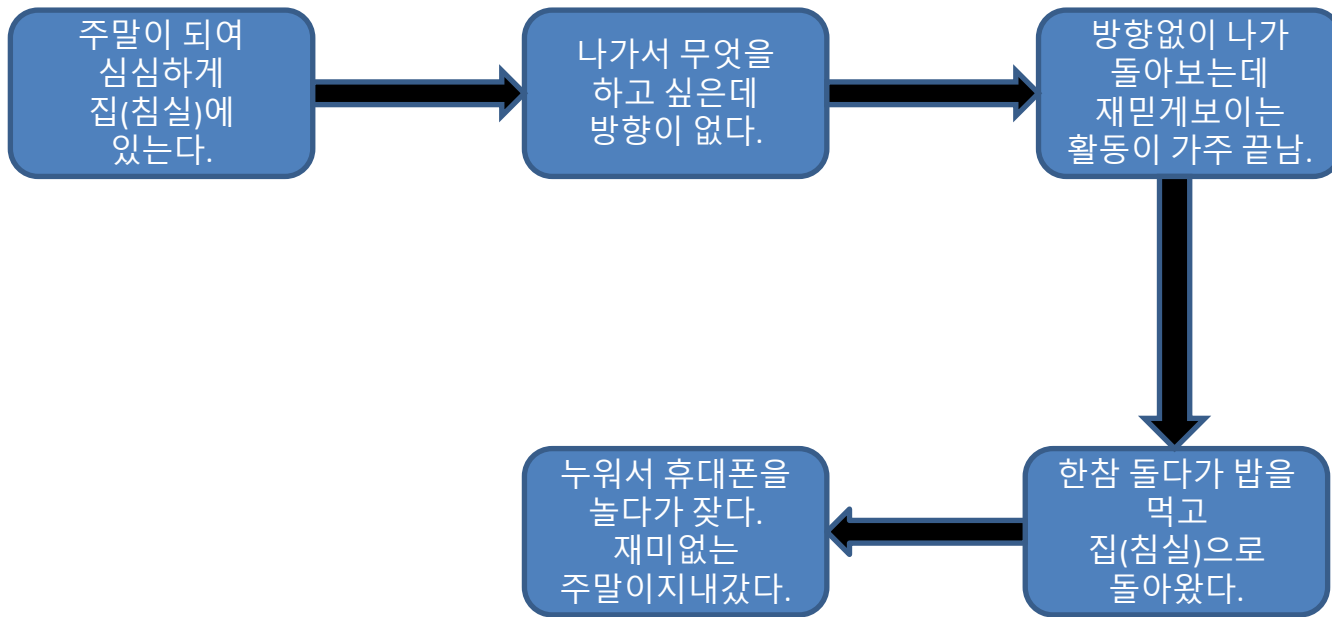
심심한 주말에 할수있는 활동

Ex) 사진, 스포츠, 패션, 오락, 게임 : 고객/이용자가 가장 관심 있어하는 취미/관심사

심리묘사적 변인으로 설명되는 TARGET CUSTOMER를 한 문장으로 정의하기

주말을 재미있게 지내고 싶음

# Use Case



# 핵심 역량

1. 교육성과 오락성이 있는 활동을 제공.
2. 모든 사람끼리도 같이 활동을 참가하여  
흥취같은 친구를 찾을수 있음.
3. 광고 혹은 전단지에서 받는 정보보다  
정확도가 높고 더 빠르게 정보를  
받을수 있음.



# 경쟁력 포지셔닝 차트



주말에  
뭐할까

높음

다양성

낮음

낮음

디자인

높음